





Tour Mattei ¥ 207, rue de Bercy ¥ 75587 Paris Cedex 12



Crédits photos : Fotolia - Georges Humbert/Georges Bartoli/FNICGV/Institut de l'élevage/Xavier Granet.





CÔTES À CÔTES

RAPPORT D'ACTIVITÉ DE L'INTERPROFESSION BÉTAIL & VIANDE

DOSSIERS
Tour d'horizon des accords interprofessionnels

INTERNATIONAL
En quête de nouveaux marchés

COMMUNICATION
Audace et créativité

RÉORGANISATION STRATÉGIQUE
Une nouvelle ère pour Interbev









CÔTESÀCÔTES
est une publication
de l'interprofession
Bétail & Viandes.

Conception : Sigmund



“cette nouvelle ère contribue à une vision partagée”

Une nouvelle ère pour Interbev

Dans un monde en mouvement, qui va continuer à bouger à tous les niveaux et en particulier dans le cœur de métier de nos filières françaises, notre interprofession se devait de se mettre en ordre de marche pour répondre aux défis qui nous attendent. C'est à ce titre que nous avons souhaité une nouvelle organisation pour plus d'efficacité et de visibilité, mais aussi un nouveau logo et une signature commune, pour donner à notre interprofession sa nouvelle image.

Et c'est surtout la détermination que nous avons, dans l'esprit qui a prévalu à la création de l'interprofession, d'entretenir le lien entre l'ensemble des maillons de nos filières afin que nous puissions construire ensemble notre avenir et répondre aux défis de demain, à savoir nourrir 9 milliards d'humains.

Il ne s'agit pas d'une simple ambition mais d'une réelle volonté de créer les conditions pour que les filières que représente Interbev, soient à la hauteur de ces enjeux et puissent trouver, dans un monde particulièrement perturbé, un équilibre économique de nature à assurer la pérennité de l'ensemble des acteurs. ■

Dominique Langlois
Président Interbev

la réorganisation **stratégique**

L'année 2011 a été marquée par une réorganisation stratégique d'Interbev, encore mieux armée pour relayer la vision partagée par la profession, dans un secteur en pleine mutation.

Afin de réaffirmer sa mission de défense des intérêts de la filière viande, Interbev a procédé à une réorganisation stratégique.

Le 19 octobre 2011, la Conférence des Présidents d'Interbev a entériné la restructuration des services de l'Association nationale interprofessionnelle du bétail et des viandes.

Effective depuis le 1er janvier 2012, elle vise à préciser son rôle et son périmètre d'intervention, pour accompagner le développement de la filière. Cette restructuration permet de "mieux répondre aux attentes des organisations nationales adhérentes et d'assumer une position offensive", explique Dominique Langlois, son président. Ainsi, de nouvelles fonctions ont vu le jour, tant à la direction que dans les différents services qui constituent Interbev.



une nouvelle ère

7 nouveautés dans l'organisation d'Interbev

La réorganisation stratrégique entérinée le 19 octobre 2011 par les professionnels de la filière a notamment conduit à la création de 7 nouvelles entités.

Concertation	Services	Départements	Coordination
Comité de Coordination Professionnel	Economie & Etudes	Administration & Finance	Nomination d'un responsable des comités régionaux
	Recherche & Développement	Communication produit & promotion	
		Communication institutionnelle & relations extérieures	

L'interprofession compte désormais un Comité de coordination professionnel, lieu d'échanges sur les questions transversales, et a recruté un Responsable des comités régionaux, interlocuteur privilégié qui coordonne les relations entre les vingt entités régionales et la structure nationale.

Deux nouveaux services consacrés à la veille et à la recherche ont été créés, afin de poursuivre le travail engagé dans ce domaine : Recherche & développement et Économie & études, qui ont pour but d'appréhender les mutations du secteur et de préparer l'expansion des activités économiques de la filière, notamment à l'international en lien avec le GEF(1).

La constitution d'une cellule communication représente le point clé de cette nouvelle organisation : elle répond à une volonté forte de renforcer l'image de l'interprofession, en particulier auprès du grand public, via ses deux départements : Communication produit & promotion et Communication institutionnelle & relations extérieures. Cette décision correspond également au souhait des professionnels de la filière de renforcer l'autonomie du CIV (Centre d'Information des Viandes), en confortant sa mission d'expertise et en recentrant son action auprès des prescripteurs d'opinion.

Enfin, un département chargé de l'administration, de la gestion et de la finance regroupe désormais l'ensemble des activités de contrôle de gestion, de comptabilité, d'informatique et de ressources humaines. ■

"mieux répondre aux attentes des organisations nationales adhérentes et assumer une position offensive"

(1) Groupement pour l'Export Français viande, bétail et génétique.

une nouvelle ère

par Yves Berger
Directeur Général Interbev

l'engagement sur les perspectives

CÔTESÀCÔTES : Quels sont les objectifs et axes clés du plan de relance ?
YVES BERGER : Aujourd'hui notre élevage est à la croisée des chemins. Les effectifs de vaches laitières continuent leur érosion régulière et depuis quelques mois, c'est aussi le cas du troupeau allaitant. Alors que les perspectives d'exportation n'ont jamais été aussi favorables, notre pays risque de ne pouvoir y répondre. Les objectifs du plan de relance sont tout simplement d'inciter les éleveurs, non seulement à rester producteurs mais aussi à accroître leurs productions en augmentant leur cheptel de vaches nourrices. Pour cela, il faut leur redonner confiance et sécuriser leurs revenus en leur garantissant des débouchés rémunérateurs. Maintenir une production forte et de bonne qualité sur notre territoire, c'est aussi permettre à nos abatteurs de valoriser leurs outils d'abattage et de transformation, et d'être assurés de pouvoir disposer de viandes à exporter. Forte du meilleur potentiel européen en quantité mais aussi en qualité, la France doit conserver une filière dynamique. De par sa structure, Interbev se trouve au cœur de celle-ci. Ce doit être le lieu d'un dialogue constructif, basé sur un diagnostic économique de la situation et d'une ambition commune de partage mieux équilibré de la valeur ajoutée.

CÔTESÀCÔTES : Quelles sont les actions menées par l'interprofession auprès des législateurs pour l'avancement de ce programme ?
YVES BERGER : Afin de mieux faire connaître notre organisation, son rôle et ses objectifs, Interbev a pris, il y a un peu plus d'un an, la décision d'organiser un dialogue régulier avec nos parlementaires, qu'ils soient députés ou sénateurs, au niveau national ou européen. La récente campagne pour l'élection du Président de la République nous a conduits à rencontrer la plupart des candidats et à leur exposer nos 15 propositions pour assurer le devenir de notre filière. Par ailleurs, nous maintenons des contacts réguliers avec les partis politiques et les élus. Des notes sont rédigées périodiquement sur des sujets d'actualité (élevage et environnement, abattage rituel…) et adressées à l'ensemble des parlementaires intéressés par les problématiques de notre filière. Ces opérations lancées ces derniers mois, complètent sans les remplacer, nos traditionnelles rencontres avec le Ministre, ses services et les conseillers de l'Elysée ou de Matignon.

assurer le devenir de la filière ruminants : *15 propositions*

N°1 : Pour éviter la décapitalisation des cheptels, maintenir une aide couplée à la vache allaitante dans la future PAC.

N°2 : Favoriser l'augmentation du cheptel de brebis à travers le maintien du niveau des aides issues du bilan de santé de la PAC dans le secteur ovin.

N°3 : Maintenir une politique de soutien à l'herbe et une gestion plus agronomique assurant notamment le développement de l'autonomie fourragère.

N°4 : Renforcer le plan d'engraissement de Jeunes Bovins afin de maintenir un signal fort pour le développement de l'engraissement en France.

N°5 : Rechercher une meilleure conciliation entre normes environnementales et impératifs de compétitivité économique.

N°6 : Conforter le Plan de Modernisation des Bâtiments d'Elevage (PMBE) pour favoriser de nouveaux investisseurs dans nos filières d'engraissement et pour assurer la modernisation et l'évolution des structures d'élevages naisseurs et élevages engraisseurs.

N°7 : Mettre en œuvre un programme d'aides ciblées élevage bovin-viande, visant l'allègement des charges immédiates, l'aide à l'installation des jeunes et la revalorisation des prix à la production, en concertation avec l'ensemble de la filière.

N°8 : Maintenir le financement de la vaccination des ovins contre la FCO et mettre en place une véritable politique de gestion de la population des loups.

N°9 : Mettre à contribution la recherche et la génomique animale pour adapter le cheptel français aux nouveaux défis.

N°10 : Mettre en œuvre, par décision interprofessionnelle, des accords équilibrés entre éleveurs et abatteurs dans le secteur bovin, et poursuivre le renforcement de la contractualisation dans le secteur ovin.

N°11 : Organiser de manière rationnelle, rigoureuse et équitable un schéma d'abattoirs de services et de proximité en faveur du développement des éleveurs locaux, des bouchers abatteurs et des grossistes, animés par la volonté de développer des filières attachées à des productions géographiques spécifiques.

N°12 : Alléger les charges sur le travail dans les abattoirs et appliquer les directives européennes.

N°13 : Harmoniser et coordonner les contrôles sanitaires et environnementaux aux niveaux national et européen.

N°14 : Promouvoir, par une action sur la lisibilité et la diversité des viandes et produits tripiers proposés, la consommation de produits carnés en France.

N°15 : Dans un marché extrêmement concurrentiel, instaurer une réelle concertation entre pouvoirs publics et professionnels, avant tout déploiement de stratégies sanitaires ou de promotion (étiquetage) susceptibles de pénaliser injustement le bétail et les viandes françaises.

une nouvelle ère

la nouvelle politique territoriale

par Jean-Luc Bouton
Responsable des Comités Régionaux

Durant l'année 2011, Interbev a mené avec ses comités régionaux (CRI), une réflexion sur la politique territoriale de l'interprofession en vue de sa redéfinition.

Une évaluation en deux temps a été menée dans le courant de l'année 2011. En premier lieu, l'interprofession a réalisé une analyse documentaire objective sur la base des actions retenues par les CRI et de leurs données budgétaires. Dans un deuxième temps, des entretiens ont été conduits, réunissant des membres des CRI, des organisations nationales, d'Interbev et du CIV, portant sur les dysfonctionnements et les questionnements identifiés durant la première phase. Cette étude a mis en évidence les points à repenser, en particulier l'organisation et la gestion des CRI, la communication interne et celle de la filière.

Parmi les principales évolutions discutées au sein d'un groupe de travail ad hoc et validées par Interbev : des prises de décisions régionales en collège, l'harmonisation des statuts des CRI et la redéfinition de leurs missions, la mutualisation des compétences régionales, ou encore l'adaptation des budgets de communication.

En parallèle, il a été décidé de la création d'un poste de coordinateur régional. Lien opérationnel entre les différentes entités, il est également le garant du respect en région des orientations nationales de l'interprofession.

CÔTESÀCÔTES : L'organisation territoriale d'Interbev, avec une forte présence en région, est une véritable spécificité de la filière viande, quel est l'intérêt de cette organisation ?
JEAN-LUC BOUTON : Les comités régionaux sont les relais des décisions et des orientations d'Interbev dans les régions, ils donnent de la lisibilité aux actions de l'interprofession.
Cette présence forte de représentants de la filière sur le terrain permet d'adapter les politiques aux contextes locaux, de faciliter les échanges et donc de donner de la crédibilité aux actions et aux messages de l'interprofession.
Les CRI jouent également un rôle de sentinelle : leur ancrage dans les territoires, ainsi qu'une bonne connaissance des acteurs de la filière en font de véritables courroies de transmission entre les opérateurs de la filière viande et Interbev.

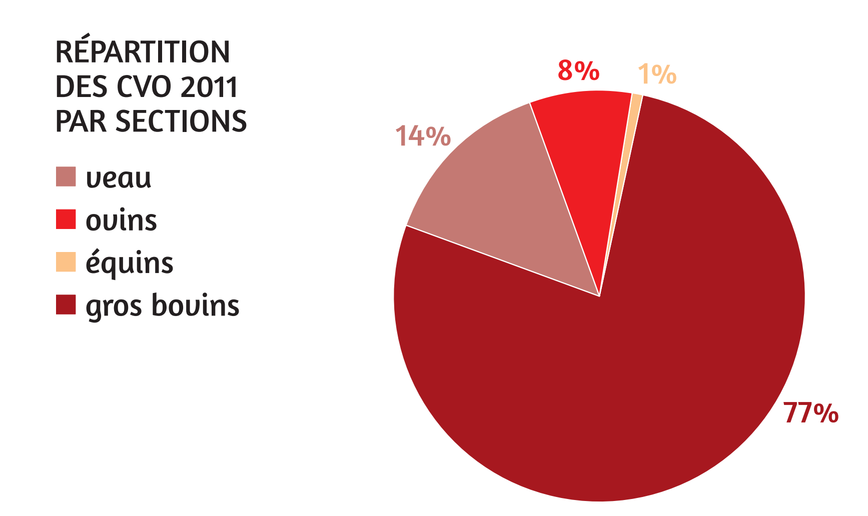
CÔTESÀCÔTES : Quelles sont les missions des comités régionaux ?
JEAN-LUC BOUTON : Les comités régionaux interviennent essentiellement à 3 niveaux :
- Ce sont des lieux d'échange et de concertation entre les membres de la filière, ils ont un rôle important d'animation. Ils représentent et défendent les intérêts de la filière auprès des collectivités et des administrations.
- Ils sont en charge de l'application et du suivi des accords interprofessionnels. A ce titre, les comités régionaux gèrent les procédures de conciliation et d'arbitrage entre les membres de la filière.
- Et enfin, et c'est leur mission la plus connue, les comités mettent en œuvre des actions d'information et de promotion des viandes déclinées de la stratégie de communication d'Interbev.

une nouvelle ère

la nouvelle organisation **de gestion**

les grandes missions du département administratif et financier d'Interbev, être garant :

- du suivi des procédures de travail définies avec la Direction Générale
- du suivi juridique des actions
- de l'adéquation des outils informatiques et des besoins
- de la fiabilité des informations financières d'Interbev
- de la gestion des budgets et des cotisations



ATM : une association interprofessionnelle pour coordonner les services d'équarrissage

Depuis le 18 juillet 2008, le Service Public de l'Équarrissage (SPE) a été fortement réduit, se déchargeant notamment de la gestion des animaux morts en ferme. Pour assumer cette tâche, les professionnels de la filière ont constitué l'association ATM Éleveurs de Ruminants le 13 janvier 2009.

Depuis août 2009, celle-ci contribue à assurer l'organisation efficace de l'équarrissage (collecte, transformation et élimination) pour les ruminants des espèces bovines, ovines et caprines trouvés morts en ferme. L'association est également en charge de la gestion du financement, grâce à une cotisation interprofessionnelle, et surtout à l'aide versée par FranceAgriMer, calculée sur les encaissements de la taxe d'abattage.

L'association est dirigée par un conseil composé de trois membres fondateurs (Interbev, l'Anicap et le Cniel) et de deux membres associés (la CNE et l'APCA). Interbev en assure également la gestion.



dossiers

L'année 2011 a été marquée par le lancement de plusieurs dossiers d'importance. Où en est-on ? Quelles sont les prochaines étapes ? CÔTESÀCÔTES fait le point.

réforme des cotations

réforme des cotations : tour d'horizon

Fruit d'un travail conjoint entre l'interprofession, FranceAgriMer et la DGPAAT(1) tout au long de l'année 2011, la réforme des cotations pour les secteurs bovins, veaux et ovins est en cours.

Un nouveau dispositif pour les cotations « Gros Bovins »

Depuis le mois de juin 2010, la section Bovins d'Interbev a entrepris une série de travaux et d'analyses visant à la refonte du système des cotations. Prenant appui sur la feuille de route confiée à la filière par le Ministre de l'Agriculture fin 2010, la réforme des cotations bovines vise à une meilleure représentativité des abattages, ainsi que des types raciaux et des catégories de bovins.

Gros Bovins « Entrée Abattoir »

La section a entrepris de réformer la méthodologie de fixation des cotations bovines « Entrée Abattoir ». Dans cet objectif, elle a travaillé notamment à la redéfinition des bassins et de la grille de cotations. Ainsi, il a été déterminé un découpage du territoire national selon quatre bassins de cotations (contre 10 auparavant), basés sur leur pertinence en termes de représentativité des abattages et des flux commerciaux des différents types d'animaux. D'autre part, une nouvelle grille a été proposée par l'interprofession, puis complétée par le ministère, afin de coter objectivement l'ensemble des bovins présents sur le marché. Des commissions locales de cotation sont chargées de valider ces données. Par ailleurs, la réforme intègre l'obligation, pour les abatteurs traitant au moins cinq mille gros bovins par an, de transmettre leurs données de manière hebdomadaire pour établir les cotations. Ainsi, un important travail de mise à jour et d'adaptation des systèmes informatiques aux nouvelles grilles a été réalisé dans le temps imparti par les opérateurs, en collaboration avec les Fédérations d'abattage et FranceAgriMer.

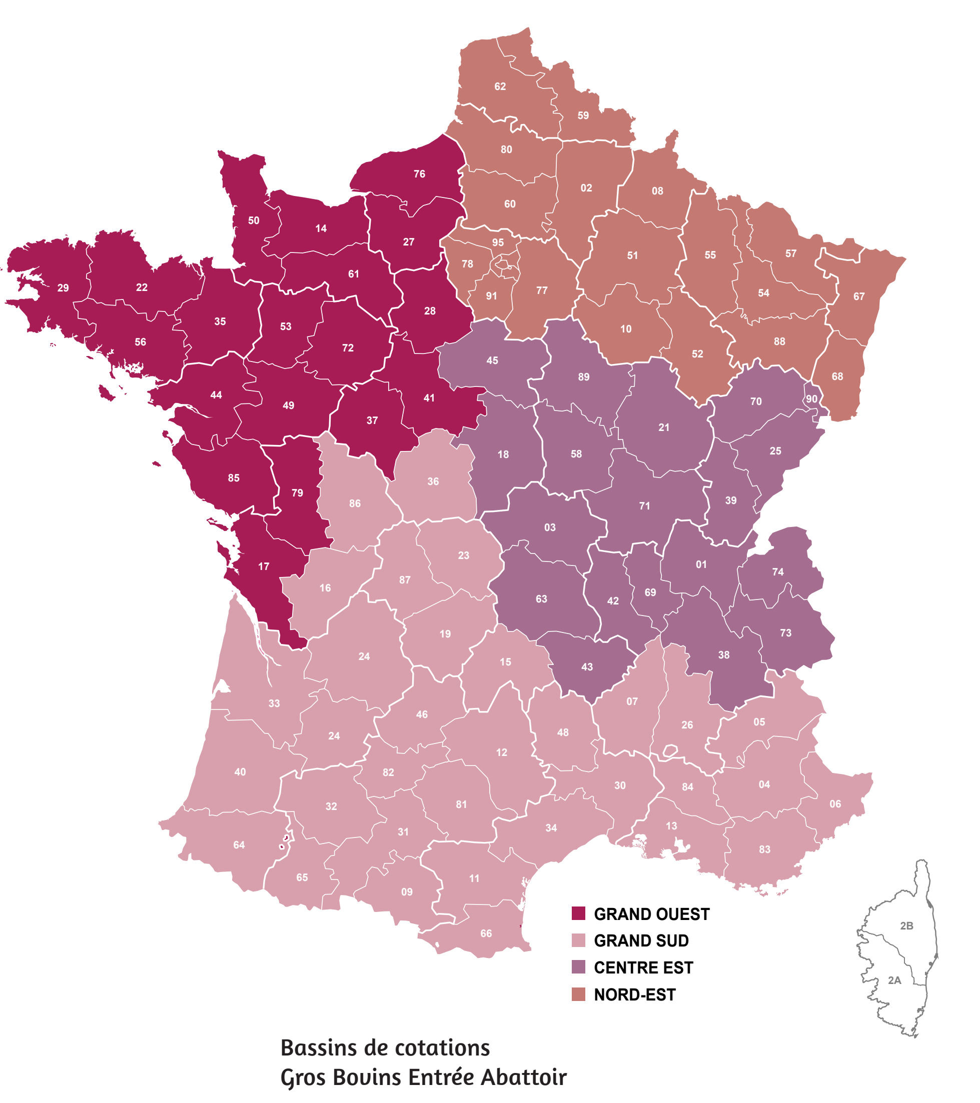
L'ensemble de ce travail a entraîné la parution au JO du 6 février 2012, du décret n° 2012-175 relatif au dispositif d'établissement des cotations pour les marchés des viandes et des œufs, ainsi que de deux arrêtés fixant les modalités d'établissement des cotations et portant nomination aux commissions de cotations par bassin, pour le marché Gros Bovins « Entrée Abattoir ».



par Marc Pagès
Directeur Général Adjoint Interbev

"la réforme des cotations est avant tout le fruit d'un travail collaboratif"

(1) Direction Générale des Politiques Agricole, Agroalimentaire et des Territoires.



Bassins de cotations
Gros Bovins Entrée Abattoir

Gros Bovins « Maigres » et Gros Bovins « Marché »

En parallèle, une étude statistique a été menée afin d'analyser les données chiffrées concernant les animaux et mouvements d'animaux pour le marché « Gros Bovins Maigres », donnant lieu à la définition d'une nouvelle carte des bassins de cotations. Le travail reste en cours pour la définition des grilles de cotations et des modalités de transmission des informations. La section a également entrepris la refonte de la grille de cotations « Marché » sur la base des deux précédentes. La réforme des cotations « Marché » a pu être déployée sur le terrain dès le premier trimestre 2012.

Cotations « veaux » : la rénovation du dispositif est en route

Sur la base des analyses et des propositions de FranceAgriMer quant à la réforme des cotations « veaux », l'interprofession a rédigé, en juillet 2011, un positionnement validant un nouveau découpage du territoire national, passant de cinq à trois régions de cotation des veaux de boucherie.

Par ailleurs, une nouvelle segmentation des grilles de cotation sera mise en place, comprenant deux types de veaux gras (élevés au pis et non élevés au pis), et un seul type de veaux nourrissons. Un travail de sécurisation de la collecte, par voie informatique, des prix des veaux « élevés et abattus en France » issus des abattoirs de plus de cinq mille têtes par an doit être mis en place. Interveaux a également demandé la conduite d'un bilan annuel ou bisannuel de la représentativité des veaux cotés au regard de l'ensemble de ceux abattus en France.

En 2012, le travail de la section consistera en un accompagnement des professionnels au vu de la réforme du dispositif ainsi qu'en une révision des deux arrêtés en vigueur, fixant les modalités d'établissement des cotations pour les marchés, l'un des veaux de boucherie, l'autre des petits veaux.

Régions actuelles de cotation — **Nouveau zonage**

Zone de Limoges
Zone de Toulouse
Zone de Paris
Zone de Avignon

Zone NORD 48 %
Zone SUD 52 %

Le scénario retenu pour les ovins

La refonte des cotations « Ovins » validée

Suite à la proposition d'Interbev Ovins, quant à l'évolution du dispositif national des cotations ovines, FranceAgriMer a arrêté les conditions de la réforme le 27 mai 2011.
Elles concernent notamment le découpage territorial en deux zones de cotation et la refonte des grilles nationales de classement (conformation, poids et état d'engraissement) des agneaux et des brebis, passant à quatre classes pour les premiers et deux pour les secondes.

Les opérateurs abattant plus de 20 000 têtes par an auront l'obligation de remonter les informations de cotation. Un cahier des charges doit être mis en place afin d'en définir les règles.
Par ailleurs, l'arrêté d'application fixant les modalités d'établissement des cotations ovines et de transmission des données est en cours de finalisation. ■





par Emmanuel Coste
Président section Ovins

“la contractualisation ne doit pas être vécue comme une contrainte, elle doit au contraire favoriser le renforcement, au sein de la filière ovine, des politiques partenariales autour d'outils collectifs qui améliorent la sensibilité et une certaine sécurité des approvisionnements et des débouchés pour chaque opérateur”

Un cadre légal aux **contrats de vente**

Durée de contrat, révision ou résiliation, volume et caractéristiques des produits, modalités de collecte et de livraison, prix, conditions de paiement : autant de points cadrés par la contractualisation.

Des contrats de commercialisation pour encadrer les transactions ovines

La Loi de modernisation de l'Agriculture et de la Pêche du 27 juillet 2010 rend obligatoire l'établissement de contrats entre acheteur et vendeur pour les denrées agricoles.

C'est dans ce contexte qu'Interbev a élaboré et signé un accord interprofessionnel permettant d'encadrer les contrats nécessaires pour l'obtention, par les éleveurs, d'une majoration de l'aide ovine octroyée par les pouvoirs publics dans le cadre du bilan de santé de la PAC (125 M€ pour le secteur, soit 21€ de prime de base et 3€ de majoration par brebis).

Deux accords constituent aujourd'hui la clé de voûte du dispositif contractuel dans la filière ovine.

- Un accord sur la majoration de l'aide ovine qui spécifie que chaque éleveur bénéficiaire de ce dispositif doit respecter les conditions d'un engagement de commercialisation de 50% de sa production auprès d'un MAXIMUM de trois acheteurs avec établissement d'un prévisionnel de mise en marché des agneaux commercialisés par l'éleveur.
- Un accord définissant le cadre des relations commerciales entre le vendeur (l'éleveur) et son acheteur autour de huit clauses obligatoires devant figurer dans les contrats de vente (produits concernés, durée du contrat, prix, modalités des révisions, modalité de livraison etc.).

Ce dispositif a été soumis à l'autorité de la concurrence qui a émis un avis favorable à son contenu. Il permet aux opérateurs de la filière de disposer désormais de deux séries d'outils qui sont appelées à jouer un rôle important dans l'organisation des relations commerciales au sein de la filière :
- Des prévisionnels de mise en marché (11 000 prévisionnels permettent de disposer de données sur les sorties de plus de 4 millions d'agneaux de boucherie) ;
- Un panel de 6 indicateurs économiques (prix à la production, coûts de production, prix de la concurrence, charges de collecte des agneaux, coût de Main d'œuvre dans l'Industrie, prix à la consommation).

Contractualisation pour les bovins

La Loi n° 2010 – 874 du 27 juillet 2010 de Modernisation de l'Agriculture et de la Pêche propose la mise en place de contrats écrits conditionnant les ventes entre producteurs et acheteurs. Dans ce cadre, la section Bovins d'Interbev a souhaité rédiger un accord définissant les clauses minimales qui doivent y figurer. L'accord reste en cours de discussion. ■

nuancier



par Fabrice Heudier
Président section Veaux

le veau tout en **nuances**

Conformément au règlement national, la section veaux d'Interbev travaille à la fabrication d'un nuancier pour catégoriser la viande selon sa couleur.

Ayant fait le constat de l'imprécision du catalogue de classement de la couleur des carcasses de veaux, défini par l'Arrêté du 5 juillet 1977, un groupe de travail a été constitué au sein d'Interveaux pour réfléchir à la création d'une nouvelle grille de classement.

Avec l'appui technique de FranceAgriMer, la commission a déterminé, fin 2009, un nuancier en cinq teintes, intégrant une nouvelle nuance à l'ancienne classification.

L'outil doit permettre aux abattoirs d'uniformiser leurs critères de classement des carcasses de veaux, en vue de leur répartition par catégorie et de leur marquage. Afin de réaliser un nuancier dont les caractéristiques soient le plus près de la réalité en termes de couleur et de texture, il a été décidé de la fabrication d'une réglette en résine. Néanmoins, le premier outil conçu par le fabricant en juillet 2011 n'a pas obtenu un résultat parfaitement conforme au prototype initialement validé.

Afin de répondre à l'urgence suscitée par la parution, au JO du 20 décembre 2010, de l'arrêté stipulant que le classement doit se faire sur la base de cinq nuances, Interveaux a décidé de la production d'un outil temporaire en papier plastifié. Une première réglette a ainsi été diffusée aux opérateurs en août 2011, dont les couleurs se sont avérées impropres au classement des carcasses. En effet, la perception des teintes peut être influencée par la couleur et l'intensité de la lumière ainsi que par la plastification ou le vernis.

Après plusieurs tests imparfaits, l'interprofession a déterminé un nouveau nuancier satisfaisant aux exigences. Imprimé en deux mille exemplaires, il a été envoyé aux opérateurs de la filière et aux agents de FranceAgriMer, accompagné d'un courrier d'explication.

En outre, le fabricant des nuanciers en résine a livré, fin novembre 2011, les exemplaires conformes à l'étalon initialement validé. Celui-ci a été déposé à FranceAgriMer comme outil officiel de classement.

L'interprofession a aujourd'hui pour objectif de renforcer la fiabilité du nuancier en résine, en travaillant notamment à réduire l'influence de la lumière sur la perception des couleurs. A la demande de FranceAgriMer, elle rédige également une notice technique à l'usage des opérateurs. ■





Rouge

Rosé

Rosé clair

Rosé très clair

Blanc



par Marianne Orlianges
Animatrice section Veaux

“le nuancier permet aux abattoirs d'uniformiser leurs critères de classement des carcasses de veaux, en vue de leur répartition par catégorie et de leur marquage”

identification ovine et caprine

traçabilité et identification ovine

Depuis 2005, la profession travaille avec l'administration à renforcer la traçabilité des ovins et des caprins, avec en ligne de mire, leur traçabilité individuelle, obligatoire à partir du 1er juillet 2012.

Le règlement européen (CE 21/2004) définit les exigences liées à la traçabilité notamment concernant les modalités d'identification des petits ruminants et la centralisation de leurs mouvements dans une base de données.
Cette décision vise à assurer un meilleur suivi sanitaire et à permettre l'identification rapide d'un lot d'animaux en cas de crise.

Les animaux nés après 2010 sont obligatoirement identifiés avec une boucle électronique.
L'électronisation (remplacement d'une boucle conventionnelle par une électronique) est obligatoire pour les ovins et les caprins nés entre le 1er janvier 2005 et le 1er juillet 2010.
L'ensemble de l'élevage sera ainsi identifié avec une boucle électronique, d'ici au 1er juillet 2013.

Depuis 2009, tous les détenteurs d'exploitations ont l'obligation de notifier les mouvements d'entrée et de sortie des animaux par lot.

Au 1er juillet 2012, la réglementation évolue vers la notification individuelle des mouvements des ovins et des caprins. Les éleveurs et opérateurs aval devront s'équiper d'appareils de lecture permettant de lire les numéros individuels des ovins contenus dans les puces et ainsi de tracer les mouvements des animaux.

Au-delà de ces exigences réglementaires, l'identification électronique et la traçabilité constituent un véritable outil de progrès à la fois pour les éleveurs dans le suivi de leur troupeau (reproduction, suivi sanitaire) et pour les opérateurs dans leur activité quotidienne (gestion de stocks, tri).

Interbev Ovins a ainsi travaillé à la mise en œuvre de cette nouvelle étape durant le cours de l'année 2011 : application de la réglementation aux opérateurs et aux éleveurs, mise en place de dérogations pour certains animaux, tests matériels, restructuration de la base de données « Ovinfos » gérée par l'interprofession, et qui centralise la réception des informations.

Gérée par Interbev Ovins (en association avec l'APCA à partir de juillet 2012), Ovinfos collecte l'ensemble des données fournies par les opérateurs aval (abattoir, opérateur commercial, centre de rassemblement, marché).Les éleveurs peuvent choisir de confier aux EdE le traitement des notifications de mouvements qu'ils leur fournissent, ou de déléguer l'ensemble de la tâche à leurs opérateurs de l'aval par délégation. A partir du 1er juillet 2012, Ovinfos collectera également les données des EdE (Etablissement de l'Elevage).

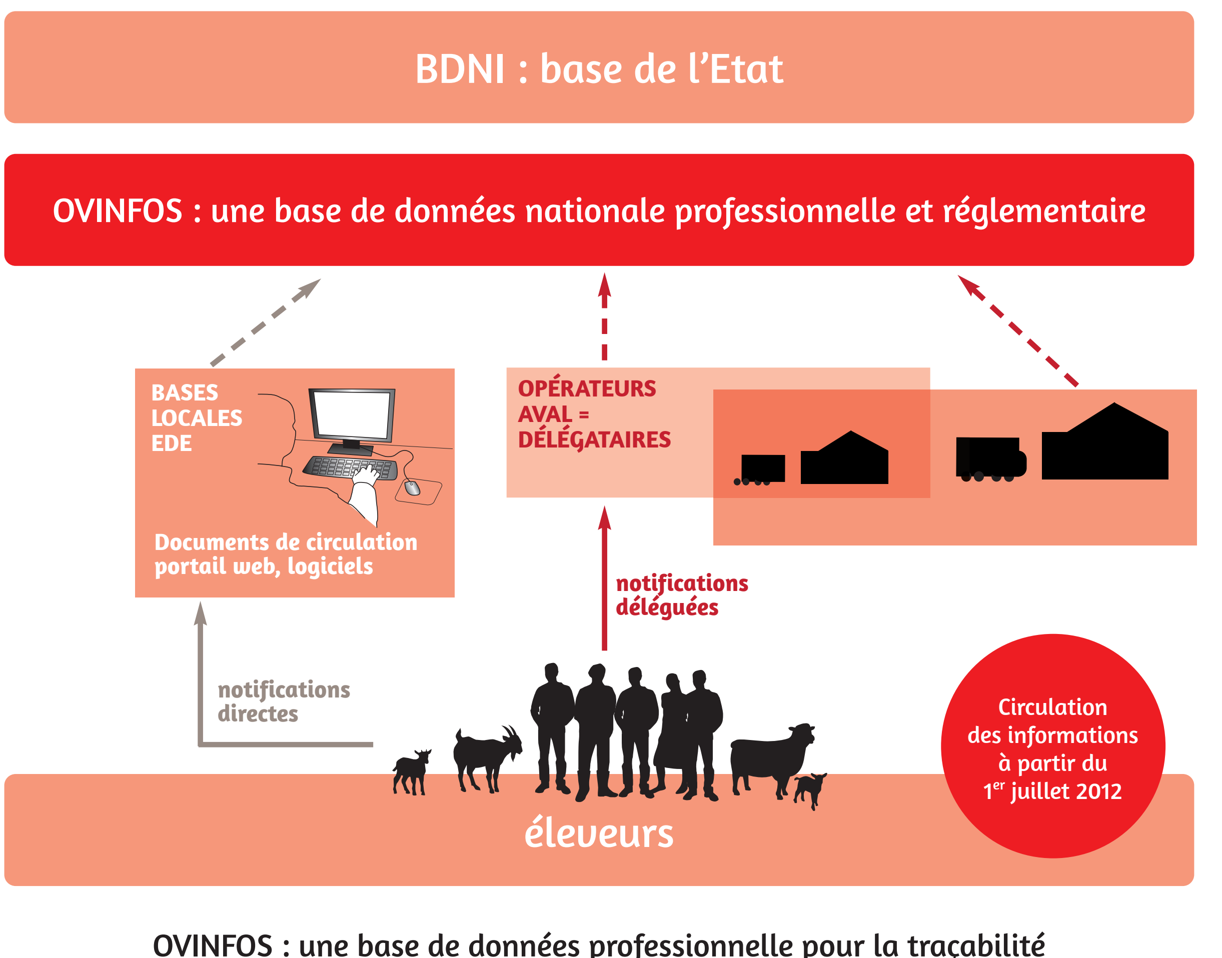
Au 31 décembre 2011, la base de données comptabilise 239 opérateurs, environ 90 délégataires et 11 000 éleveurs délégants. En 2011, 4 360 957 ovins y ont été notifiés, ainsi que 80 505 caprins. ■

“assurer les missions réglementaires liées à la traçabilité individuelle et doter la filière d'outils de progrès grâce à l'identification électronique”



par Maud Bertrand
Animatrice section Ovins





OVINFOS : une base de données professionnelle pour la traçabilité

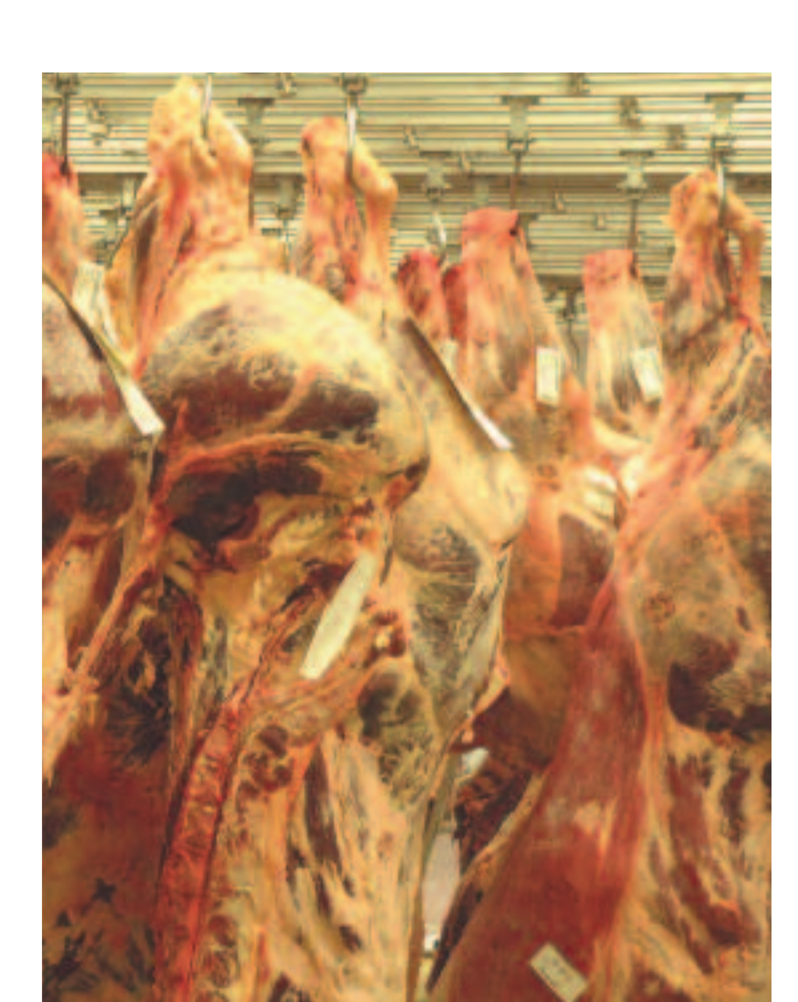
achat et enlèvement, accord en vue

par Guy Hermouet
Président section Bovins

L'accord achat & enlèvement des bovins, en passe d'être renouvelé, se dote d'un « manuel d'utilisation ». Plus de clarté et un meilleur accompagnement des opérateurs de la filière, c'est ce que propose la révision de l'accord qui réglemente l'achat et l'enlèvement des gros bovins destinés à l'abattoir.

À la demande des organisations nationales réunies au sein d'Interbev l'accord interprofessionnel relatif à l'achat et à l'enlèvement des bovins de plus de huit mois destinés à l'abattage, est en cours de renouvellement (approbation en attente). Le travail de réécriture de cet accord a mobilisé toute la profession en 2011.
Et pour cause : document de référence pour les opérateurs de la filière bovine française, ce texte d'importance régit les transactions entre professionnels en ce qui concerne les gros bovins destinés à l'abattage.

C'est à la réécriture de l'accord dans sa globalité qu'ont travaillé l'interprofession et ses organisations nationales, avec pour objectif d'en faciliter la compréhension par les opérateurs. Ils ont ainsi précisé un grand nombre de points qui pouvaient, jusqu'alors, prêter à confusion lors de leur application sur le terrain.



“notre objectif premier a été de gagner en clarté, tout en accompagnant les opérateurs de la filière”

Pour aller plus loin dans l'explication de l'accord achat & enlèvement des bovins, les organisations nationales ont souhaité qu'un document d'accompagnement lui soit annexé.
Ce « vade-mecum » aura notamment pour vocation d'assurer la vulgarisation du texte et d'en constituer un véritable « mode d'emploi ». Destiné à soutenir au quotidien les opérateurs de la profession et les comités régionaux, il permettra d'assurer l'équilibre et la sécurité des transactions des bovins de plus de huit mois destinés à l'abattage.

Didactique, ce « vade-mecum » propose des outils pratiques et techniques visant à encadrer l'exécution d'une vente ou d'un transfert (modèles de documents commerciaux, rappel des règles de facturation, délais d'enlèvement et d'abattage…), et apporte de nombreuses précisions sur les textes déjà en vigueur.

Le manuel détaille, en outre, les procédures de conciliation et d'arbitrage qui s'appliquent en cas de litige et fournit des exemples de jurisprudence pour expliciter certaines dispositions fixées par l'accord. Il constitue ainsi un support pour les comités régionaux chargés d'accompagner le règlement des contentieux.

Ce document est le fruit d'un important travail interprofessionnel qui a réuni Interbev, ses comités régionaux et ses organisations nationales, ainsi que le service qualité des viandes de l'Institut de l'Élevage et un cabinet d'avocats spécialisés en droit des affaires. ■

la section Bovins en bref



par Fabienne Cottret
Animatrice section Bovins

1. Circulation des informations sanitaires : après l'ajournement du projet « NERGAL Abattoir », l'interprofession s'est engagée à initier une réflexion, avec la DGAl, sur les fondements d'un nouveau système d'information pour la circulation des informations sanitaires au sein de la filière. Un groupe de travail spécifique s'est réuni pour définir des bases consensuelles pour un tel système. Le travail se poursuit côté DGAl et côté interprofession pour monter peu à peu ce projet d'envergure.

2. Informations sur la Chaîne Alimentaire : tout au long de l'année 2011, Interbev a participé, avec les Organisations Nationales, l'Institut de l'Elevage et la DGAl, à la rédaction de l'arrêté relatif aux informations sur la chaîne alimentaire ainsi qu'à ses annexes (bovins, petits ruminants, équins).

3. Le guide de bonnes pratiques pour la présentation de la plaie de saignée et de la gouttière jugulaire des gros bovins à l'abattoir, a été validé par les professionnels en juin 2011. Ce guide a pour objectif de définir un mode opératoire optimal de retrait de la plaie de saignée satisfaisant à la fois aux exigences en termes de sécurité sanitaire des aliments et de présentation des carcasses.

4. En matière d'adéquation de l'offre avec la demande, la section Bovins tente d'apporter des réponses interprofessionnelles, pour mieux répondre aux demandes des consommateurs. Une étude a permis d'engager un projet de refonte et de simplification de la nomenclature des dénominations de vente. Cela concerne exclusivement les viandes de boucherie vendues sous la forme d'UVC, en rayon libre-service des grandes surfaces.
Actuellement, les dénominations proposées sont en cours de validation avec les pouvoirs publics.

international

l'interprofession en quête de nouveaux marchés

Création officielle du Groupement pour l'Export Français Viande, Bétail et Génétique



C'est avant tout pour permettre l'essor de courants d'affaires avec les pays tiers, dans le secteur bovin, que le GEF a vu le jour en Novembre 2011.

Cette structure associative a pour but de mutualiser les coûts d'approche de nouveaux marchés et de favoriser le déploiement commercial des opérateurs. Le GEF est un outil indispensable dans un contexte économique de baisse du marché domestique (en valeur) et d'érosion, à terme, de la demande européenne.

Membre fondateur, Interbev a su réunir la Confédération de la Coopération Agricole (Coop de France), la Fédération Française des Commerçants en Bestiaux (FFCB), la Fédération Nationale Bovine (FNB), la Fédération Nationale de l'Industrie et du Commerce en Gros de Viande (FNICGV), la Fédération des Marchés du Bétail Vif (FMBV) et Races de France, principaux membres. Des experts, représentants de l'État, établissements publics et structures privées d'aide à l'export composent également le GEF.

par Carol Deloume
Responsable Export

Interbev en Europe

CÔTESÀCÔTES : Comment est représenté Interbev dans l'Union européenne ?
CAROL DELOUME : Interbev mène deux importantes campagnes d'action de promotion de la viande bovine française en Europe, en partenariat avec la Sopexa au travers d'actions de promotion collectives et associatives. Deux marques sont développées en Allemagne : Charoluxe et Gourmet naturel. Les cahiers des charges (JBE : Jeunes bovins Export) sont validés par les pouvoirs publics. Ainsi le consommateur allemand achète de la viande qui provient d'animaux nés, élevés et abattus en France selon des caractéristiques d'élevage bien précises, et présente les qualités conformes à la réglementation sanitaire.
La marque Bovillage assure un produit de qualité constante et un approvisionnement régulier, grâce au suivi d'un cahier des charges adapté à la demande de marchés ciblés tels que la Grèce, l'Italie et le Portugal. Pour ces actions, Interbev a participé en 2011 au travers du CVBE (Club Viande Bovine Europe), aux salons suivants entre autres : Anuga en Allemagne, Thessalonique en Grèce, Tuttofood à Milan. Les salons permettent de rencontrer des distributeurs qui travaillent déjà avec ces marques, et de tenter d'en trouver des nouveaux.

CÔTESÀCÔTES : N'y a-t-il pas des actions plus ciblées pour le vivant ?
CAROL DELOUME : Interbev, pour le vif, organise des journées de travail avec ses homologues européens les plus proches, comme l'Espagne et l'Italie par exemple, où l'on travaille sur les problématiques techniques ou sanitaires des échanges d'animaux vivants afin de tenter de les faciliter et de les harmoniser. Ensuite ces sujets sont abordés, de manière élargie, lors du congrès européen du bétail et des viandes.

Moscou
Cologne
Anuga (8/12 octobre 2011)
Paris
Milan
Tutto Food (8/11 mai 2011)
Kazakhstan
3 salons Interbev sur 2011
Alger
Meknès
Casablanca
Thessalonique
Detrop (11/14 mars 2011)
Tokyo
Shanghai

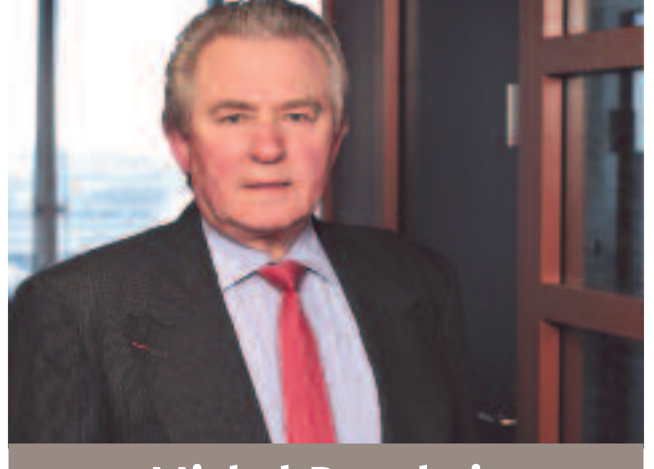
● Salons en 2011

Detrop (Thessalonique) 11/14 mars
Tutto Food (Milan) 8/11 mai
Anuga (Cologne) 8/12 octobre
Kazakhstan - 3 salons Interbev

■ Projets Salons en 2012

Foodex (Tokyo) 6/9 mars
Prodexpo (Moscou) 13/17 février
SIA (Paris) 25 février/4 mars
SIAM (Meknès) 25/29 avril
SIAL (Shanghai) 9/11 mai
SIPSA (Alger) 18/21 mai
Conférence annuelle « Races bovines à viande » (Lipietsk, Russie) 30 mai/1er juin
Apéritif à la Française (Dubai, EAU) 11/12 juin
SIAL (São Paulo, Brésil) 25/28 juin
Salon Viandes Rouges (Casablanca) 6/8 juillet
Space 13/16 septembre
Sommet de l'Élevage 2/5 octobre
SIAL (Paris) 21/25 octobre

une approche décomplexée de la filière chevaline



par Michel Beaubois
Président section Équins

CÔTESÀCÔTES : Quel est le rôle d'Interbev Équins auprès des professionnels ?

MICHEL BEAUBOIS : Le travail de la section se partage entre une mission de suivi du marché de la viande chevaline (échanges, consommation, etc.) et diffusion de l'information auprès des professionnels et de la presse pro, une mission de soutien à la structuration de la filière en appuyant les organisations nationales représentatives du secteur, et une mission d'information du grand public sur notre produit.

CÔTESÀCÔTES : Que met en œuvre la section pour sensibiliser le grand public ?

MICHEL BEAUBOIS : La viande chevaline est un sujet complexe : elle est tout à la fois nécessaire à l'équilibre économique de la filière cheval, vitale à la sauvegarde des neuf races de chevaux de trait, mal-aimée par certains cavaliers, plébiscitée par des consommateurs. Dans ce cadre, il est à la fois difficile et nécessaire de communiquer pour apaiser et normaliser le débat. Nous ne voulons pas entrer dans des polémiques stériles, nous avons choisi d'aborder le sujet viande chevaline sous un angle décomplexé et ludique, en parlant de saveur, savoir-faire et amour du produit. En 2011, par exemple, nous avons mis en avant les hommes et les femmes qui font la viande chevaline au quotidien, restaurateurs et bouchers qui ont expliqué à la presse et au grand public, avec leurs mots, pourquoi ils sont attachés à ce produit.

CÔTESÀCÔTES : On parle beaucoup de la production de jeune cheval de trait, quel est le travail d'Interbev Équins sur ce dossier ?

MICHEL BEAUBOIS : Interbev Équins a beaucoup travaillé en 2011 sur la création d'une marque visant à valoriser la production française de jeunes chevaux de trait, une production nécessaire à la sauvegarde de ces races. Le sujet est toujours dans les bacs, aujourd'hui c'est un marché qui attend son opérateur pour lancer le produit en France.

zoom sur le Bio







par Celia Pasquetti
Animatrice Commission Bio

CÔTESÀCÔTES : Avec + 15% de volumes abattus en 2011 (bovins, ovins, porcins), la filière viande Bio est une filière dynamique et en plein développement. Comment Interbev accompagne ses évolutions ?

CELIA PASQUETTI : La Commission Bio d'Interbev suit de près la filière viande Bio car elle a à cœur d'accompagner son développement, elle porte une attention spéciale au maintien de l'adéquation entre offre et demande. Pour cela, en premier lieu, elle assure un Observatoire des viandes Bio, afin de suivre les évolutions du marché. Par ailleurs, elle entretient des rapports étroits avec les pouvoirs publics (et en particulier une veille réglementaire) ; enfin elle travaille en synergie avec l'Agence Bio. Elle met en oeuvre des études pour lever certains questionnements : enquête sur la qualité des cuirs issus d'animaux Bio, lancement d'une étude sur les différences de pertes en eaux dans les viandes fraîches conventionnelles et Bio vendues en restauration collective, ou encore projet d'élaboration d'un guide pour le développement de la viande Bio en magasins spécialisés. Finalement, elle s'attache à informer le grand public et le monde professionnel sur les spécificités et promesses des viandes Bio.

CÔTESÀCÔTES : Quelles actions sont menées à destination des professionnels ? Et du grand public ?

CELIA PASQUETTI : En 2011, la Commission Bio était à Tech & Bio et au Sommet de l'Elevage pour expliquer aux producteurs l'intérêt du Bio mais aussi l'importance de s'engager dans des filières organisées. Au SIRHA, elle a pu échanger avec l'aval et en particulier les opérateurs de la restauration. Finalement, elle a organisé le deuxième Concours Bovin Bio afin de catalyser l'échange entre amont et aval et a soutenu les opérateurs qui forment les points de vente aux spécificités des viandes Bio.
Quant au grand public, la Commission Bio le retrouve au Salon International de l'Agriculture, ainsi que dans ses animations points de vente. En 2011, le message fort était la place centrale des viandes Bio dans l'équilibre du système Bio.
Ce message a été particulièrement diffusé auprès de la presse, par le biais de voyages de presse, d'une table ronde, etc.

le nouvel accord PCM

Guy Merieau, Président de Normabev, en charge de la vérification de l'application de l'accord interprofessionnel sur la pesée, la présentation, le classement et le marquage.



par Guy Merieau
Président Normabev

“le premier bilan de la mise en place de cet accord est encourageant et va dans le sens des attentes des professionnels”

CÔTESÀCÔTES : Pouvez-vous dresser un premier bilan de la mise en place du nouvel accord du 30 juin 2010 ?

GUY MERIEAU : Le premier bilan de la mise en place de cet accord est encourageant et va dans le sens des attentes des professionnels :

CIRCULATION NATIONALE DES INFORMATIONS D'ABATTAGE

GUY MERIEAU : Le taux des notifications dans les délais fixés par l'accord s'est rapidement amélioré pour se stabiliser entre 90 et 95% du total des animaux abattus.
Sauf difficulté liée aux pannes inévitables du service qui peuvent intervenir, tous les abattoirs de plus de 3 000 tonnes de gros bovins qui représentent 92% du total des abattages, notifient dans les délais.

MACHINES À CLASSER

GUY MERIEAU : Au 1er janvier 2012, sur les 220 abattoirs de Gros Bovins en exercice, 81 sont concernés par la mise en place d'une machine à classer.
7 nouvelles machines ont été implantées courant 2011, 19 sont installées ou en cours d'installation sur le premier semestre de 2012, soit 69 machines opérationnelles à l'échéance du 30 juin 2012.
12 machines le seront au-delà de cette date en raison essentiellement de travaux en cours ou de restructuration, qui ont justifié une demande de report d'implantation de quelques mois.

SUIVI DES CLASSEMENTS ET DE LA PRÉSENTATION

GUY MERIEAU : 2 000 visites de suivi sont réalisées annuellement par les 15 techniciens de Normabev répartis sur le territoire national. Ces visites s'appuient sur des procédures normalisées avec FranceAgriMer dans un objectif d'harmonisation des pratiques calées sur la réglementation en vigueur.





“les études que nous engageons visent à identifier les leviers d’action pour réduire les impacts environnementaux de l’élevage mais aussi à quantifier les contributions positives et les services écologiques rendus par l’élevage d’herbivores sur nos territoires”

par Jacques Giroux
Service Recherche & Développement

réduire les impacts par la R&D
la filière s’engage

A l’instar des autres secteurs d’activités, la filière viande est entrée dans l’ère de la comptabilité écologique. Les méthodes d’évaluation et de quantification sont en plein développement. Interbev s’en saisit au travers de ses études R&D. L’enjeu pour la filière est d’identifier les marges de progrès pour réduire son impact mais également d’intégrer son lien au territoire, lien porteur de services écologiques tels que la préservation de l’eau, de la biodiversité et des stocks de carbone du sol.

La prise en compte des préoccupations environnementales est un enjeu stratégique majeur pour les filières bovine et ovine. Des efforts payants ont été entrepris par ces filières depuis une vingtaine d’années pour réduire l’impact de l’activité d’élevage sur la qualité de l’eau. Plus récemment, les problématiques environnementales se sont élargies, notamment au travers de la lutte contre le changement climatique et le renchérissement des énergies fossiles.
Ces préoccupations multidisciplinaires ont conduit Interbev à travailler à la conception d’outils d’évaluation environnementale « multicritères » basés sur l’approche dites des « ACV » (Analyse des Cycles de Vie).
Ces outils prennent en compte les différents volets de l’environnement (eau, GES, biodiversité…).
L’enjeu pour Interbev est également de travailler à une harmonisation des méthodologies au niveau international car ces évaluations environnementales pourraient devenir à terme un facteur important de distorsion de concurrence entres produits, entres pays, etc.
L’ensemble de ces investigations visent à mettre en évidence les marges de progrès (gestion des déjections, fertilisation azotée, introduction de légumineuses, alimentation…) mais aussi à intégrer les contributions positives de l’activité d’élevage : le stockage de carbone par les prairies, qui permet une compensation comprise entre 20 et 50% des émissions totales de gaz à effet de serre ou encore la biodiversité liée à l’élevage.
L’ensemble de ces travaux est essentiel au maintien du niveau d’expertise de la filière viande et permet ainsi la mise au point de systèmes innovants et productifs, depuis les élevages jusqu'aux entreprises d'abattage et de transformation. ■

environnement

communication



communiquer pour redonner du statut

Comment valoriser la viande aux yeux des consommateurs ? Pour atteindre cet objectif ambitieux, Interbev fait preuve de créativité et d'audace.

Le bœuf, le goût d'être ensemble

En France, les fonctions fondamentales du repas vont au-delà de sa dimension première et fonctionnelle : se nourrir.
Le repas possède une dimension émotionnelle forte, car il est associé au plaisir gustatif et au plaisir d'être ensemble. Il représente aussi un moment de partage, celui matériel de la nourriture et des plats, mais aussi partage de valeurs.
La viande de bœuf dispose de points forts évidents qui facilitent le « rassemblement » et le partage autour d'un plat : polyvalence, flexibilité et consensus sur son goût.
C'est fort de ce constat que la section Bovins d'Interbev a souhaité réaffirmer la place centrale de la viande de bœuf dans l'alimentation.
La campagne de communication « anges & démons » affirme la promesse « le bœuf, le goût d'être ensemble ». Un film publicitaire de 30'' a été diffusé à la télévision en deux vagues en 2011 : septembre et novembre, avec d'excellents résultats.
Fin 2012, les résultats du post-test réalisé à l'issue de la seconde vague, indiquaient de bons résultats sur la cible des 25/49 ans, avec une bonne émergence (30% score brut et 12% score prouvé) et un bon score de reconnaissance (76%).
Le film bénéficie aussi d'une bonne compréhension (76%) des messages de la création, notamment l'association des opposés réconciliés grâce à la viande de bœuf. La capacité du bœuf à favoriser le bien vivre ensemble est bien perçue par les répondants.
La création bénéficie d'un bon agrément (70%) avec un fort enthousiasme auprès des maîtresses de maison. Enfin, le caractère incitatif de la campagne est correct.
Une plate-forme (www.leboeuflegout.com) et un partenariat avec youtube ont été développés pour relayer la campagne sur le web, générant au total 150 000 visites et plus 305 000 pages vues.
Un relais en points de vente a été mis à la disposition de 6 000 artisans bouchers et 6 000 GMS proposant de gagner des dîners en montgolfières, avec un taux de satisfaction très élevé. Cette action a également fait l'objet de relais par les comités régionaux d'Interbev. ■

La Kitchen Music

Parmi les populations les plus éloignées de la viande, se retrouvent les jeunes adultes, car ils n'ont pas bénéficié d'héritage culinaire fort et ont des référents culturels totalement différents de ceux de leurs aînés, les nouvelles technologies de l'information bouleversant la façon dont ils appréhendent le monde et la modernité.

L'action Kitchen Music, qui s'est poursuivie en 2011, cible ces jeunes adultes pour rajeunir l'image de la viande à leurs yeux et leur transmettre un nouveau savoir-faire culinaire. Elle s'appuie sur un trait culturel puissant de cette génération, la musique, et utilise leurs médias phares, internet et la téléphonie mobile. La notoriété du site et de l'application webphone lakitchenmusic.com est assurée par des actions de création de trafic et par une présence événementielle lors de soirées « cuisine & musique ».

lakitchenmusic.com
cuisinez la viande avec style

Site internet : 1/2 million de visites, 9 000 podcasts écoutés.
Appli iPhone : 17 734 utilisateurs, 2e appli gratuite la plus téléchargée dans la catégorie style de vie.
Page Facebook : 1 222 fans (71% de 18-34 ans) et 400 000 amis de fans.
Soirées : 4 soirées dont 2 à Paris et 2 en Région : 4 000 personnes, 7 000 vidéos vues, 461 journalistes contactés, 30 articles sur blogs, ODV de 100 000 personnes.

la viande chevaline

Si la viande chevaline est plutôt connue des plus de 50 ans, du fait principalement d'un héritage culinaire, ce n'est pas le cas pour les générations plus jeunes, pour qui, par méconnaissance souvent, la viande chevaline fait l'objet de nombreuses idées reçues.

En 2011, se sont prolongées des actions de relations presse afin d'augmenter la notoriété de la viande chevaline tout en rappelant l'histoire et l'intérêt de cette viande. Le choix a été fait d'élargir cette année la cible des actions non seulement aux journalistes mais aussi aux blogueurs culinaires influents afin d'être sûr de toucher des publics témoignant d'un intérêt pour la cuisine. Au total, ce sont 4 rencontres qui ont été menées dans différentes régions en France.

24 articles de presse sont parus pour une audience cumulée de plus de 27 millions de contacts ; une dizaine de sujets sur la viande chevaline ont été publiés sur les blogs culinaires générant une cinquantaine de commentaires, aucun n'étant de nature agressive ; 1 livre sur la viande chevaline est en cours de finalisation par l'un des bloggeurs rencontrés.

communication

vous avez dit **pratique** ?

Face à l'offre alimentaire, la viande peut souffrir d'un déficit d'image sur la praticité, notamment auprès des populations les plus jeunes. Interbev s'efforce de lever les a priori. Actions...

Agneau Presto

Mis à part les côtelettes, la viande d'agneau est d'abord connue pour ses morceaux emblématiques que sont le gigot et l'épaule et pour ses recettes comme le navarin. Des produits très appréciés, mais qui demandent du savoir-faire, une famille nombreuse et une occasion.

Sans remettre en cause cette consommation établie, Interbev ovins souhaite faire de l'agneau une viande plus quotidienne et adaptée à des modes de consommation plus jeunes.
Elle partage cette approche avec les interprofessions britannique et irlandaise qui sont d'importantes contributrices au marché français.

Les trois filières ont développé le concept « Agneau Presto ». Agneau Presto, c'est une nouvelle façon de cuisiner l'agneau : pour 4 personnes maximum, en – de 10' à griller et – de 30' à rôtir. Sur cette base, de nombreuses recettes ont été élaborées et diffusées via les nouvelles technologies de l'information : site web, newsletter, appli, site mobile… pour près d'un million de contacts. Ces recettes ont également été communiquées à la presse lors d'événementiels originaux.
En 2011, le grand public a ainsi pu découvrir les Presto Box sur les Presto mobiles à Paris, Lyon, Marseille et Lille et lors d'une tournée des plages. Les résultats sont tangibles, grâce aux relations avec la presse et les blogueurs, les recettes d'agneau diffusées ont doublé, et 50% d'entre elles sont Presto !

Pour que le consommateur trouve en point de vente les cubes, émincés, haché, steak, mini-rôti, côtelines…, les trois interprofessions ont développé des guides de découpe et mis en œuvre un ambitieux programme de formation des ateliers de découpe et des distributeurs. Avec succès, puisque fin 2011, 93% des GMS proposaient au moins une référence d'agneau type Presto et 50% en proposaient au moins trois. Et plus de 400 artisans bouchers ont été formés depuis le début du programme. ■



Spot TV





Festival du Veau en GMS

Veau Succès

Parce que le Veau est souvent perçu comme complexe à cuisiner, la section Veaux d'Interbev a mis en œuvre la campagne publicitaire « Veau Succès ». Initiée en 2009, cette campagne, qui cible prioritairement les 35-49 ans, a pour objectif de montrer que la viande de veau garantit le succès auprès de sa famille ou de ses invités, en alliant simplicité, originalité et plaisir. D'un ton décalé, deux films TV de 15 secondes ont été diffusés à l'occasion de 2 temps forts : à la Pentecôte et à l'automne.
Les 3 000 spots diffusés sur les chaînes hertziennes et numériques au cours de ces 2 vagues ont permis d'atteindre :
- plus de 1 000 GRP sur la cible
- plus de 125 millions de contacts
- un impact satisfaisant (score prouvé : 20 / reconnaissance : 49).

12 comités régionaux d'Interbev ont également relayé cette campagne en diffusant des spots radio « Veau Succès » sur les ondes locales et régionales.

En GMS, le « Festival du Veau » constitue un véritable rendez-vous avec la grande distribution. Cette opération permet de mettre en avant de façon massive la viande de veau en rayons et de travailler l'incitation à l'achat sur des périodes stratégiques (un Festival en février/mars et un Festival en octobre).
Le Festival du Veau en quelques chiffres :
- 13 enseignes participantes ;
- 6 000 kits PLV envoyés à chaque vague ;
- plus de 1 kilomètre de linéaires supplémentaires grâce aux bacs réfrigérés habillés ;
- une mise en avant importante des produits veau (prospectus enseignes, radios magasins, etc.).

Chez les artisans bouchers, deux temps forts ont également ponctué l'année 2011 : à la Pentecôte et à l'automne, des kits PLV ont été mis à leur disposition pour animer leurs boutiques aux couleurs du Veau.

Les Produits Tripiers, c'est pas compliqué

Les produits tripiers se singularisent par une image très contrastée auprès des consommateurs : produits rustiques pour les uns ou tendance pour les autres. En 2011, un nouvel axe de communication a vu le jour, visant à valoriser les produits tripiers, toujours avec humour, afin de donner les clés pour les cuisiner concrètement chez soi et susciter l'acte d'achat et les inscrire dans la quotidienneté.
Un message essentiellement axé sur la praticité, à destination des familles et des 35/50 ans, avec un slogan : « Les produits tripiers, c'est pas compliqué ! ».

Autour de la 11e édition du temps fort « Novembre, Le mois des produits tripiers », relayé dans plus de 850 restaurants en France, les actions de communication ont été développées suivant deux volets :
- Volet événementiel / relations publiques : partenariat avec L'Atelier des chefs, déjeuner de presse « participatif », près de 1 300 cours dédiés aux produits tripiers répartis sur les 16 ateliers en France, organisation de stand/atelier sur 20 marchés à Paris et en régions...
- Volet points de vente : sensibilisation des centrales, challenges chefs de rayons, jeux consommateurs, kits PLV distribués dans plus de 5 000 grandes surfaces.

Chez les artisans (bouchers et tripiers), matériels PLV mis à disposition afin de relayer l'opération.

Les Produits Tripiers, c'est pas compliqué

communication

un élevage, des terroirs

La France est un pays de grande tradition d'élevage. Pour aider le consommateur à prendre conscience de la typicité et des qualités de cet élevage, Interbev agit aussi par des actions communes englobant l'ensemble de ces démarches, pour la viande de bœuf comme pour celle d'agneau.

SIQO

Interbev soutient les actions menées par Fil Rouge (Fédération Interprofessionnelle des Label Rouge et Indications Géographiques pour les viandes de bœuf, de veau et d'agneau) visant à favoriser l'émergence des signes de qualité en boucheries artisanales et en GMS.
Une communication basée sur l'image d'excellence des signes de qualité est également développée via le Cercle des viandes d'excellence.
Ce Cercle, véritable réseau professionnel, a encore permis en 2011 d'assurer le développement et de valoriser les points de vente engagés dans les démarches de qualité ; sans oublier les opérations de sensibilisation auprès des intervenants de l'environnement socioprofessionnel, territorial et politique des viandes sous signes de qualité.
Huit points de vente (artisans bouchers ou GMS) ont été récompensés dans le cadre des trophées du Cercle des viandes d'excellence, bénéficiant ainsi de retombées presse locales et régionales. Deux d'entre eux ont reçu leur prix au Sénat, en présence de nombreux sénateurs.
Ces opérations permettent fin 2011 de comptabiliser plus de 2 000 points de vente engagés dans au moins un signe de qualité en bœuf, veau ou agneau, dont près de 150 nouveaux points de vente recrutés en 1 an.

Les signes d'identification de la qualité et de l'origine, tels que le Label Rouge, l'IGP et l'AOC / AOP sont de véritables repères pour le consommateur, lui permettant de connaître rapidement les caractéristiques de la viande qui lui est proposée : qualités gustatives supérieures, mode d'élevage ou zone de production spécifiques.



Race à viande

Label Rouge, IGP, démarches régionales, Charolais, Limousine, Blonde d'Aquitaine… le consommateur français a la chance de se voir proposer une grande diversité de viandes issues de démarches de qualité ou de proximité. Il est aussi important qu'il prenne conscience que toutes ces démarches proviennent d'un fonds commun, emblématique de l'élevage français : les races élevées spécifiquement pour leur viande. La démarche interprofessionnelle Race à viande, a vocation à rassembler, autour d'un cahier des charges, l'ensemble des produits issus de cet élevage.

1 675 GMS sont engagées dans la démarche Race à viande partout en France (versus 646 en 2009). 885 points de vente ont pu dynamiser leur offre grâce à un dispositif de bacs réfrigérés habillés Race à viande ou de jeux avec gagnant en magasins et la totalité a reçu un kit PLV pour valoriser son rayon. Les enseignes participantes se sont déclarées satisfaites de cette opération et désireuses de renouveler ce type d'action en 2012. Les artisans bouchers qui souhaitent valoriser les races à viande peuvent le faire à travers les signes officiels de qualité. Interbev met aussi à leur disposition une marque spécifiquement dédiée à ce circuit de distribution : « l'Original, le bœuf de mon boucher ». Les artisans bénéficient ainsi d'une PLV animée régulièrement par des nouveautés, et de services sur le web offrant de nombreuses possibilités : création de leur propre site internet avec l'option précommande, géo-localisation de leur boucherie dans un module spécifique du site internet facilitant ainsi leur référencement auprès des internautes. Une PLV événementielle avec un grand jeu national annuel était également proposé. Fin 2011, on comptait 1 000 bouchers engagés dans la démarche. Les CRI ont soutenu les actions Race à viande en GMS et en boucheries artisanales, via des animations ou relations presse organisées sur leur terrain.

L'agneau SIQO

Près de 40 marques sous signes de qualité font la richesse de l'offre en viande d'agneau. Interbev Ovins a souhaité favoriser leur émergence auprès du consommateur. Pour la première fois en 2011, une campagne de communication a rassemblé l'ensemble des signes de qualité de l'agneau, Label Rouge, IGP et AOC, afin de délivrer un message commun, fédérateur, identifiable et mémorisable par les consommateurs, autour du concept « Bon dans votre assiette et bon pour l'économie locale ».

980 GMS et 1 200 boucheries artisanales ont mis en place la PLV correspondante et dynamisé leur clientèle avec un jeu consommateur. Des relations presse basées sur de beaux portraits d'éleveurs ont permis d'obtenir plus de 60 articles de fond sur le sujet. Enfin, autour du concept des « belles journées de l'agneau », Interbev Ovins a accompagné près d'une vingtaine de démarches d'opérateurs dans leurs actions de valorisation conjointe de l'agneau de qualité.





le goût de l'enfance

Interbev et le Centre d'Information des Viandes sont les interlocuteurs référents pour donner des informations sur les thématiques « sociétales » liées à l'élevage et à la viande. Leurs outils pédagogiques à destination des établissements scolaires ont ainsi obtenu l'autorisation des pouvoirs publics d'apposer leurs logos : PNNS (Programme National Nutrition Santé) et PNA (Programme National pour l'Alimentation).

Des outils pédagogiques à déguster

La nutrition et la place de la viande dans l'alimentation, tout comme la prise en compte de l'environnement et de la bientraitance animale dans l'activité d'élevage en France, sont des thématiques qui font partie intégrante des programmes scolaires*. De plus, l'éducation au goût étant encouragée en complément d'une éducation alimentaire afin d'aborder l'acte alimentaire dans toutes ses dimensions (sociale, culturelle, environnementale, etc.), il est maintenant démontré qu'il est primordial de s'appuyer sur la connaissance de l'aliment (origine, production, savoir-faire) plutôt que sur une éducation exclusivement nutritionnelle.

***La nutrition**
À l'école élémentaire : Découverte du monde au cycle 2 et Sciences et Technologie ainsi que Géographie au cycle 3.
Au collège : SVT, Education civique, Physique-Chimie, Géographie, EPS…
L'environnement, bientraitance, élevage
À l'école élémentaire : Découverte du monde au cycle 2 et Sciences et Technologie, Géographie au cycle 3, Education au Développement Durable.
Au collège : SVT, Education civique, Physique-Chimie, Géographie…
À noter également, les circulaires n° 204-110 du 8 juillet 2004 et n° 2007-077 du 29 mars 2007 demandant aux enseignants de « se démarquer nettement des messages catastrophistes ou militants souvent véhiculés par les médias et permettre aux élèves d'amorcer une réflexion personnelle amenant à moduler certaines idées reçues ».

Pour les écoles primaires (cycle 2 et cycle 3)

« Tour d'horizon de l'élevage, éléments de savoirs »
Les animaux, les cultures et les prairies autour de l'exploitation pour produire leur alimentation, les conditions d'élevage… des éléments clés sur le bien-être animal et les liens entre élevage, paysages et environnement.

« Bien dans mon assiette, bien dans mes baskets »
La découverte des aliments, de l'alimentation, du fonctionnement du corps humain et de ses besoins Des outils pour comprendre le rôle de l'alimentation, la place de la viande dans l'équilibre alimentaire et l'importance de l'activité physique dans une bonne hygiène de vie.

« Le goût, toute une brochette de sens »
Véritable programme pédagogique sur l'éducation au goût, il propose un parcours de 12 activités pour aborder l'éducation sensorielle et le goût par l'alimentation au quotidien à laquelle participe la viande.

Pour les collèges et les lycées

- Le kit collège multidisciplinaire pour les enseignants : ***« viande et élevage, tout est question d'équilibre »***
- Le kit collège-lycée pour les infirmières et médecins scolaires : ***« Bien manger, c'est ton choix »*** (place de la viande dans l'alimentation, comportements alimentaires des adolescents, BD et posters pour organiser des débats).

- **37 600 écoles primaires en France**
- **Via les mailings, en 3 ans, l'ensemble de ces écoles ont été touchées**
- **9 000 kits commandés, soit un taux de pénétration de 24%**



Le PIJ

Le Pack Itinérant Jeunesse (PIJ) pour les écoles élémentaires

Le PIJ est un programme pédagogique spécialement conçu pour les classes du cycle 3. Il est proposé gratuitement aux écoles qui en font la demande. Constitué de deux ateliers, Animalio et Equilibrio, et orchestré par un animateur professionnel et une diététicienne diplômée d'état, il permet à la fois de faire un tour d'horizon de l'élevage et de replacer la viande au sein d'une alimentation équilibrée. Grâce au PIJ, ce sont près de 100 000 enfants qui ont participé à nos animations et près de 3 000 kits par an qui sont diffusés auprès des enseignants des écoles primaires.

« La planète, les hommes, les bêtes »
2011 a été marqué par le déploiement de nouvelles actions périscolaires destinées aux enfants (6-12 ans), regroupant l'ensemble des problématiques sociétales (environnement, nutrition, bien-être animal) autour de trois piliers complémentaires : « La planète, les hommes, les bêtes ». Un kit ludo-pédagogique complet a été conçu : cahier d'activités pour les enfants, poster avec supports de jeu, jeu de cartes, livret pour les animateurs… Une plate-forme web de commande des kits a également été développée.

Une opération de distribution dans le TGV pendant le week-end du chassé-croisé des juilletistes et des aoûtiens a permis la diffusion de 80 000 exemplaires d'un mini-cahier, spécifiquement créé à cette occasion.



Tournée été 2011

« Les Vacances des Jolipré »
La filière est également allée à la rencontre des familles sur les lieux d'hebergement familiaux, en partenariat national avec VVF Villages.
Le camion d'animation et de dégustation de l'interprofession entièrement relooké aux couleurs de « la planète, les hommes, les bêtes » a sillonné 13 étapes dans 11 régions.
Au total, ce sont plus de 1 800 participants qui ont joué le jeu, 48 retombées presse et une audience médias de 17 420 904 contacts estimés en régions.



gestion de crise : anticiper pour **mieux réagir**



par Dominique Langlois
Président Interbev

Le secteur de la viande fait depuis plusieurs années l'objet de nombreuses crises médiatiques : sanitaire, nutrition, environnement, bien-être animal.
Si ces crises sont généralement déclenchées par une actualité spécifique, leur ampleur ou leur traitement sont néanmoins souvent exacerbés, voire parfois caricaturés, au regard de la réalité de l'information.
Ce phénomène tient d'une part à l'historique de l'ESB, identifié comme crise sanitaire « du siècle » dans le domaine agroalimentaire, mais aussi d'autre part au statut symbolique de la viande dans nos sociétés et à toutes ses dimensions éthiques.

Le secteur de la viande ou de l'élevage fait ainsi fréquemment l'objet de récupération politique, ou d'instrumentalisation, notamment par les activistes - végétariens, anti-spécistes, défenseurs de l'environnement - qui, bien que ne poursuivant pas les mêmes objectifs, se retrouvent autour du même discours anti-viande.

Mais les crises qui connaissent les plus fortes répercussions sont les crises sanitaires car elles portent un enjeu de santé publique. Ce constat est d'ailleurs corroboré par les outils de veille média et internet d'Interbev, dont l'analyse montre clairement les pics d'audience liés à ce type d'actualité et leur forte résonnance dans l'opinion publique. Ce fut le cas en 2011 avec la crise liée à la bactérie Escherichia coli (E.coli) identifiée dans des steaks hachés surgelés fabriqués par la société SEB (entreprise agro-alimentaire basée à Saint-Dizier, en Haute-Marne), entraînant l'hospitalisation de dix enfants du Nord et de l'Oise, âgés de 18 mois à 8 ans pour des diarrhées hémorragiques et des insuffisances rénales. Indépendamment de la gestion par SEB de sa propre responsabilité dans ces cas de contamination, l'interprofession a souhaité rappeler les recommandations en matière de cuisson du steak haché pour les populations sensibles (jeunes enfants, personnes âgées, femmes enceintes). Un document d'information « Le steak haché : comment bien le consommer ? » est désormais disponible, réalisé par Interbev, en collaboration notamment avec la FNICGV et le SNIV-SNCP, avec l'expertise technique du CIV.

L'interprofession a dû faire face, début 2012, à une autre crise, liée à la question de l'abattage rituel. Toute la filière s'est mobilisée pour gérer cette crise sans précédent sur le mode d'abattage des animaux. Elle a d'une part informé par voie de presse de sa décision, votée à l'unanimité au sein d'Interbev et ayant reçu l'accord de M. Bruno Le Maire, Ministre de l'Agriculture, d'anticiper la mise en application du décret du 28 décembre 2011. Initialement prévues pour entrer en vigueur au 01/07/2012, les mesures qui encadrent de manière stricte l'adéquation entre l'abattage rituel des animaux et les commandes commerciales le justifiant ont été immédiatement appliquées. Cette décision a été motivée par la volonté d'Interbev de valoriser l'effort de transparence initié il y a plus d'un an et ayant abouti à ce décret du 28 décembre 2011, issu de la concertation entre la filière viande, les cultes, les associations de protection animale, le Ministère de l'Agriculture et le Ministère de l'Intérieur, sous l'autorité du Premier Ministre ; concertation qui se poursuit d'ailleurs aujourd'hui. L'interprofession a d'autre part désigné un porte-parole pour répondre aux médias au nom de la filière sur les questions de l'abattage rituel, en la personne de Dominique Langlois, Président d'Interbev. Au final, cette gestion de crise aura généré près d'une soixantaine d'interviews et plus de 2 000 passages audiovisuels, 900 articles, ainsi qu'une quarantaine de dépêches AFP. ■


Le steak haché : comment bien le consommer ?

CÔTESÀCÔTES : Comment l'interprofession s'est-elle organisée pour la gestion de crise ?
DOMINIQUE LANGLOIS : La gestion de crise fait partie des missions d'une interprofession. Dans le cadre de sa réorganisation stratégique, Interbev s'est dotée d'un service communication comprenant deux départements : l'un chargé de la communication produit et de la promotion, l'autre de la communication institutionnelle et des relations extérieures. C'est donc au sein de ce second département que sont réunies et développées les ressources permettant à l'interprofession de gérer les crises qui peuvent se présenter.

CÔTESÀCÔTES : Concrètement, quelles sont ces ressources ?
DOMINIQUE LANGLOIS : Le département communication institutionnelle et relations extérieures mène un travail important en matière de relations presse. En premier chef, de nombreux argumentaires, s'appuyant sur des éléments de contexte détaillés, ont été préparés sur les sujets pouvant porter à polémique, avec l'expertise technique du CIV. Un programme de média-training a été mis en place, avec l'identification de porte-paroles ciblés, complété de la formation d'un réseau de professionnels témoins. Gérer les crises, c'est aussi s'organiser pour agir de manière offensive, agir en prévention, en diffusant une information préalable, via des communiqués de presse par exemple ou encore des tribunes pouvant être signées de divers acteurs de la filière. L'action menée sur internet par ce département est également très importante, en relais notamment des communiqués ou tribunes, que ce soit sur nos propres sites ou sur les sites et médias journalistiques et généralistes auprès desquels il est nécessaire d'être présent, de façon contextuelle et circonstancielle.

CÔTESÀCÔTES : Comment l'interprofession a-t-elle abordé la crise de l'abattage rituel début 2012 ?
DOMINIQUE LANGLOIS : Cette crise à laquelle l'interprofession a dû effectivement faire face a précisément permis de démontrer l'efficience de notre nouvelle organisation, tant en matière d'anticipation que de réactivité. Ce qu'il faut en retenir, c'est aussi que l'un des facteurs essentiels à la gestion de crise pour une interprofession est l'unicité du discours. Dans le cas de l'abattage rituel, l'interprofession a su apporter des réponses claires et partagées par l'ensemble de la filière ; elle a même su se mobiliser pour voter à l'unanimité l'anticipation de l'application du décret du 28 décembre 2011 encadrant de manière stricte ce mode d'abattage. A ce titre, il est également impératif de faire connaître aux membres de la filière les actions menées, afin qu'ils puissent s'approprier les arguments développés et se sentir confortés au sein d'une interprofession qui agit. Et lorsque ses membres avancent en rang serré, cela légitime l'action de l'interprofession.

quand le site la-viande.fr **fait peau neuve**



Le 24 février 2012, Interbev a créé l'événement avec la mise en ligne du nouveau site la-viande.fr, avec une vocation clairement affirmée : en faire LE site de référence de la filière viande. Destiné au grand public, la-viande.fr invite les internautes, à travers des parcours interactifs de qualité, à mieux connaître la filière, les morceaux, les savoir-faire culinaires… bref, à se réapproprier l'univers de la viande.

Huit grandes rubriques abordent l'ensemble des thématiques relatives à l'élevage et à la viande : Cuisine et Achat, Nutrition et Santé, Sécurité sanitaire, Animal et Élevage, Environnement et Éthique, Économie et Métiers, Culture et Viande, Communication et Actions.

800 recettes de cuisine, 180 vidéos, 40 brochures thématiques et même une émission de TV en ligne sont proposées sur le site, dont les maîtres mots sont fiabilité, sérieux, transparence, ouverture… et bien sûr, plaisir.

Le site la-viande.fr vient en lieu et place du site civ-viande.org, dont il valorise une partie du contenu. Un nouveau site civ-viande.org, exclusivement dédié aux publics professionnels, est en cours de création. ■

l'année 2011 : bilan chiffré

Consommation

Nous vivons depuis quelques années, une période difficile pour la viande : les attaques médiatiques sont nombreuses et la baisse de consommation réelle. D'après le panel consommateur Kantar, les viandes de boucherie ont ainsi perdu 2,5% en volume entre 2010 et 2011, et cette baisse est plus prononcée chez les consommateurs les plus jeunes.

Cette diminution s'explique par une légère diminution des actes d'achat et des quantités achetées à l'acte.

Le prix a une influence sur la baisse de consommation de la viande, mais le facteur explicatif le plus important nous semble être une moindre valeur accordée à la viande par le consommateur.

La viande reste un produit brut demandant des connaissances et une mise en œuvre, même simple. Elle est concurrencée par les produits prêts à l'emploi issus des céréales, des produits laitiers, de la volaille, de la charcuterie.

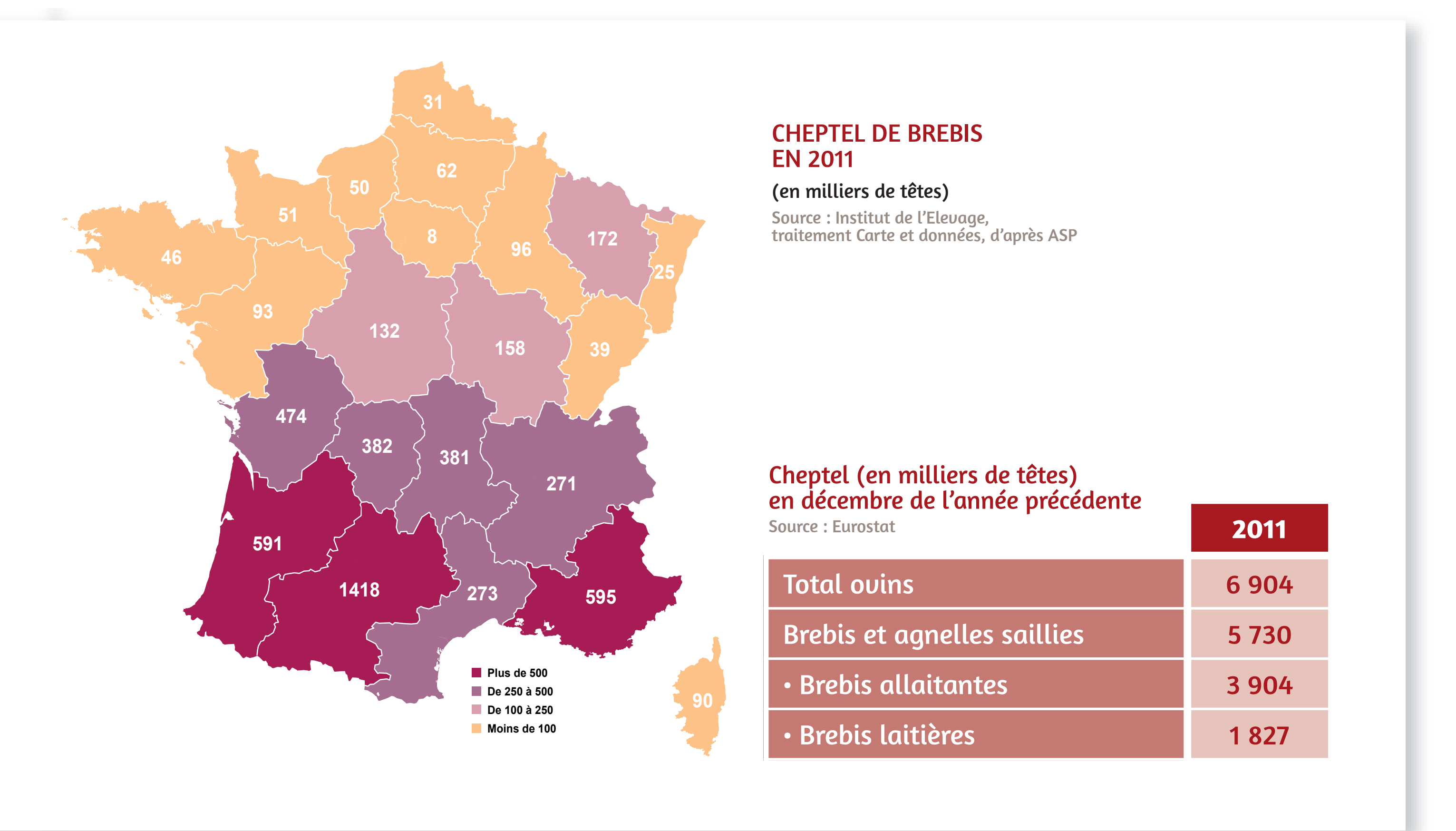
Par ailleurs, la viande subit de nombreuses attaques sur les thèmes environnementaux et du bien-être animal, qui pèsent sur sa perception par certains consommateurs.

Il existe fort heureusement des points positifs, voire très positifs au crédit des viandes de boucherie, tant en termes d'image que de performance.

Les viandes de boucherie restent ainsi des produits plaisir, reconnus et appréciés comme tels. Elles font intégralement partie de notre alimentation et 98% des ménages continuent à en acheter chaque année.

Les produits élaborés ont gagné 5% en volume depuis 2008, prouvant que l'adéquation de l'offre à l'évolution de la consommation est payante.

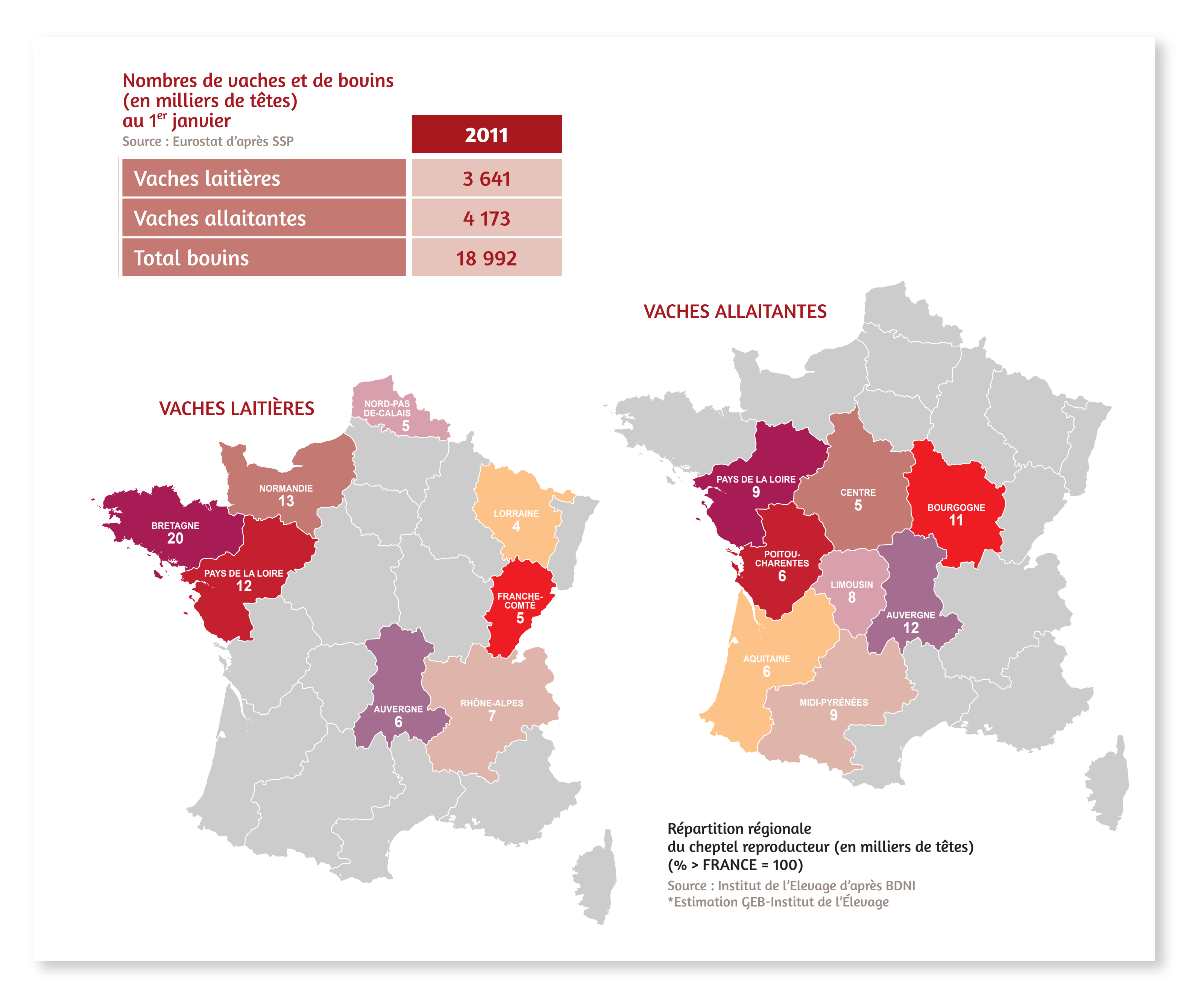
En 2012, Interbev va associer les professionnels autour d'une réflexion de fond sur les problématiques de consommation et d'image de la viande pour tracer les lignes de dynamisation de la filière et de la viande pour les prochaines années.



CHEPTEL DE BREBIS EN 2011
(en milliers de têtes)
Source : Institut de l'Elevage, traitement Carte et données, d'après ASP

Cheptel (en milliers de têtes) en décembre de l'année précédente
Source : Eurostat

	2011
Total ovins	6 904
Brebis et agnelles saillies	5 730
• Brebis allaitantes	3 904
• Brebis laitières	1 827



Nombres de vaches et de bovins (en milliers de têtes) au 1er janvier
Source : Eurostat d'après SSP

	2011
Vaches laitières	3 641
Vaches allaitantes	4 173
Total bovins	18 992

Répartition régionale du cheptel reproducteur (en milliers de têtes) (% > FRANCE = 100)
Source : Institut de l'Elevage d'après BDNI
*Estimation GEB-Institut de l'Élevage

Bilan annuel du secteur viandes 2011 - tec
Sources : France AgriMer d'après SSP, Douanes

	Gros bovins finis*	Veau	Ovins Caprins	Équins
Production contrôlée	1 404,2	195,6	97,7	6,8
Solde commerce extérieur vif	39,7	1,8	4,9	1,8
Abattages contrôlés	1 364,5	193,8	92,8	5,0
Solde commerce extérieur viande	-18,8	-36,1	-101,6	-13,0
Consommation contrôlée	1 383,3	229,9	194,4	18,0
Consommation en kgec par habitant	21,3	3,5	3,0	0,3
Auto-approvisionnement	101,5%	85,1%	50,3%	37,8%

*Gros bovins finis : animaux de plus de 300 kg vif destinés à la boucherie.

les niveaux de **consommation** des Français

La dernière étude menée par le CREDOC auprès de 1 200 ménages, révèle les nouvelles tendances de consommation. Mange-t-on trop de viande en France ? Décryptage des principaux enseignements.

Baisse de la consommation des viandes de boucherie

Entre 2003 et 2010, la consommation de viande de boucherie a diminué de 15%, contrairement à la viande de volaille et de charcuterie, dont la consommation a légèrement augmenté.
Le contexte socio-économique pourrait en partie expliquer cette baisse, les consommateurs ayant tendance a remplacer les produits carnés bruts par des petites quantités réparties dans des pizzas ou des sandwichs.

> *“3 fois par semaine, c'est la consommation moyenne en France”*

Des disparités importantes

En 2010, la consommation moyenne adulte était de 390g/semaine, mais on observe de fortes disparités selon les Français. Les hommes consomment 435g/semaine, les femmes 330g.
La tranche d'âge 35-54 ans est celle qui consomme le plus (420g), tandis que les seniors consomment de moins en moins avec l'âge.
Les grands consommateurs ne sont que 29%, alors que 47% sont de petits consommateurs de viande de boucherie.

Contribution de la viande de boucherie aux apports nutritionnels

L'enquête du CREDOC révèle que les viandes de boucherie contribuent à 5% des apports énergétiques quotidiens, 8% des lipides, 16% des protéines et 11% du fer. Notons que les déficiences d'apport en fer sont importantes chez les femmes : **58% des femmes en âge de procréer ont des apports inférieurs au BNM*.** Quant aux protéines, les besoins sont globalement bien couverts dans la population, **hormis pour un quart des seniors qui ont des apports en protéines inférieurs aux ANC**.**

Ainsi, paradoxalement, alors que les besoins des femmes en fer sont 2 fois supérieurs à ceux des hommes, elles consomment près de 25% de viande de boucherie en moins que ces derniers.

De même, plus de 50% des seniors sont des petits consommateurs de viande de boucherie, alors que leurs besoins en protéines sont légèrement plus élevés que ceux des adultes plus jeunes.

En conclusion, les niveaux de consommation de viande de boucherie sont bien plus modérés que l'opinion publique ne l'estime. Et pour lutter contre une idée de plus en plus répandue, il ne convient pas pour tous de réduire sa consommation de viande, bien au contraire ! Une attention particulière doit être portée aux plus petits consommateurs de viande de boucherie, femmes et seniors en particulier, qui sont plus exposés à des risques d'insuffisances en certains nutriments.

* Besoins Nutritionnels Moyens, soit 77% des Apports Nutritionnels Conseillés en fer.
**ANC : Apports Nutritionnels Conseillés.

nouvelle image de **l'interprofession**

Communication grand public et institutionnelle : deux nouvelles identités visuelles voient le jour

C'est avant tout pour donner une visibilité forte, reconnaissable et valorisante à Interbev dans ses prises de parole vis-à-vis de l'extérieur, que le chantier de la nouvelle identité a été lancé. L'objectif était d'installer une signature commune à l'ensemble des actions de communication d'Interbev et de ses différents secteurs de produits à destination du grand public. Cette réflexion a conduit tout naturellement à la refonte du logo d'Interbev, dans le cadre de sa communication institutionnelle.

Pour la signature grand public, une piste créative a été retenue, à l'issue d'un appel d'offre, pour ses qualités de modernité, de simplicité, de facilité de déclinaison et de lisibilité pour la représentation de notre secteur d'activité.

Quant au logo institutionnel, il marque une évolution dans un objectif de cohérence avec la signature grand public. Il capitalise sur les principes du logo actuel, tout en étant emblématique de la volonté de modernisation de l'interprofession. Enfin, il intègre une information supplémentaire : « interprofession bétail et viande », permettant ainsi une déclinaison aisée, par espèce et par région.





